

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A 2015. *Brand Portofolio Strategy*. New York: Free Press.
- Aghekyan, Mariné, 2019. The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Intentions, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 19, Issue 3: 325-331.
- Alamsyah, Ilham dan Anindhyta Budiarti, 2022. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 11, No. 11: 1-14.
- Alfia, Nur dan Jojok Dwiridotjahjono, 2023. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah: Studi pada Pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya, *Reslag: Religion Eduzation Social Laa Roiba Journal*, Vol. 5, No. 1: 32-44.
- Alma, Buchari. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, Julian, Enik Rahayu dan Wenefrida Ardhian A H, 2022. Pengaruh Packaging, Promosi Melalui Media Sosial Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Niten Jamu Semarang), *Jurnal Visi Manajemen*, Vol. 8, No. 1: 1-14.
- Anggraeni, Alvina Rahma dan Euis Soliha, 2020. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang), *Al Tijarah*, Vol. 6, No. 3: 96-107.
- Ango, Fitko Fernando, Hendra N. Tawas dan Yunita Mandagie, 2023. Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Upcoffee Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 11, No. 1: 1171-1177.
- Ansori, Putra Budi dan Siti Fatimah, 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Casual Pada Ska Mall Pekanbaru, *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 10, No. 1: 78-87.
- Ariestanty, Novita, Gatot Sugeng Purwono dan Yuniorita Indah Handayani, 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Online*, *Jurnal Penelitian Bisnis, Ekonomi dan Manajemen (JRBEM)*, Vol. 13, No. 4: 2517-2529.
- Aristayasa, I Kadek, Ni Wayan Eka Mitariani dan Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja, 2020. Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, Vol. 15, No. 2: 90-103.

- Creswell, John W. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmansah, Aprillia dan Sri Yanthy Yosepha, 2020. Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, Vol. 1, No. 1: 15-30.
- Dzulkharnain, Emylia, 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, *IQTISHADEquity*, Vol. 1, No. 2: 69-80.
- Empathanussa, Devano dan Iing Sri Hardiningrum, 2023. Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA), *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol. 2, No. 1: 69-94.
- Fadhilah, Muinah, Agus Dwi Cahya dan Angga Regindratama, 2023. Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi di Toko SRC Jumasri, *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, Vol. VII, No. 2: 710-728.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonie, Lea Christy Putri Fensy, Altje Tumbel dan Yunita Mandagie, 2022. Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Dan Kopi Chamar Kawangkoan, *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 4: 224-232.
- Haito, Niu, 2022. Analysis of Product Variety and Price on Purchase Decisions, *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, Vol. 1, No. 1: 73-82.
- Hardiyanto, Nugroho, Hewage Lakshi Krishani Perera dan Lusianus Kusdibyo, 2020. Customer Purchase Intentions on Hijab *Fashion: The Role of Social Media Marketing Instagram and Product Quality*, *International Journal of Applied Business Research*, Vol. 2, No. 2: 138-148.
- Kojongian, Aprilia S. C, Tinneke M. Tumbel dan Olivia Walangitan, 2022. Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram, *Productivity*, Vol. 3 No. 2: 157-161.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Latifah, Vika Ulfiana dan Ali Maskur, 2023. Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop Online Instagram (Studi Pada Konsumen @kenangan.mantann Di Kota Kendal), *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 20, No. 1: 409-420.
- Limpo, Lita, Abdul Rahim dan Hamzah, 2018. Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision, *IJoASER*, Vol. 1, No. 1: 9-22.
- Maharani, dkk, 2023. Analysis of Brand Image, Taste Variation, Price Perception and Promotion on Purchase Decision and Their Effect on Consumer Loyalty (A Study of Consumer Oreo Mini Brand Biscuits in North Sumatra), *Proceedings of The 19th International Symposium on Management*: 955-965.
- Mahmud dan Nunuk Nur Khofifah, 2021. Pengaruh Harga dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin, *El-Idaarah: Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 1: 1-19.
- Mardiasih, Titik Sri, 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar, *IQTISHADEquity*, Vol. 2, No. 1: 1-10.
- Mukarromah, Dewi Saidatul dan Chusnul Rofiah. 2019. Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, Vol. 2, No. 1: 27-36.
- Nasib dan Bashira, 2019. Pengaruh Brand Awareness dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matic, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 8, No. 1: 34-42.
- Pardede, Ratlan dan Tarcicius Yudi Haryadi, 2018. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen, *Journal of Business & Applied Management*, Vol. 10, No. 1: 55-79.
- Pawarti, Gurit, Ngatno dan Sudharto P Hadi, 2022. Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Supermaret Toko Pomo, Boyolali), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 1: 1-8.

Pedoman Penyusunan Skripsi. 2021.FEB: Universitas Muria Kudus.

Peter, J Paul dan Jerry C. Olson, 2014. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Pratama, Febrino Putra dan Mahrinasari, 2023. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia di Bandar Lampung, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 4, No. 3: 2829-2844.

Priyatno, Duwi. 2015. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset (Andi).

Putri, Dewi dan Sri Yanthy Yosepha, 2023. Pengaruh Promosi Instagram dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King di Jatiasih, *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 13, No. 1: 11-22.

Putri, Mutiara Widia Pradana, Suprihatmi Sri Wardiningsih dan Sunarso, 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta), *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 16, No 2: 234-241.

Ramadhan, M. Dwiki dan Muchsin Muthohar, 2019. The Influence of Perceived Price, Perceived Quality, Brand Image, and Store Image on The Purchase Intention of Hypermart Private Label, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 308: 140-143.

Ramadhan, Tri Sugiarti dan Eka Farida, 2020. Keputusan Pembelian Dipengaruhi oleh Kesadaran, Kualitas, Asosiasi dan Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Merek Kamera Sony Pada Komunitas Fotografi di Malang, *Iqtishoduna*, Vol. 16, No. 2: 131-146.

Rafidah, Bambang Kurniawan dan Khalida Zia, 2019. Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi, *Innovation*, Vol. 16, No. 2: 75-90.

Rustawati, Suswati Nasution dan Rina Trisna Yanti, 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Makanan Cepat Saji Mc.Donald's Kota Bengkulu, *Journal Ekombis Review*, Vol. 10, No. 1: 180-188.

Sahir, Syafirda Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.

- Sakinah, Nurul Laela dan Dadang Suhardi, 2018. Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua, *Indonesian Journal of Strategic Management*, Vol. 1, No. 1: 13-31.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2015. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Saraswati, Agung Ratih dan I Gusti Ayu Ketut Giantari, 2022. Brand Image Mediation of Product Quality and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, Vol. 9, No. 1: 97-109.
- Sawagvudcharee, Ousanee, Sujan Raja Shrestha dan Shrawan Mandal, 2018. Impact of Brand on Consumer Decision Making: Case Study of Beer Brands in Nepal. *International Journal of Research*, Vol. 05, No. 16: 1344-1356.
- Sekaran Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Methods for Business: A Skill Building. Approach Seventh Edition*. United States of America: Wiley.
- Setiadi, Nugroho J. 2016. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Schiffman dan Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Siyoto, S. dan A. Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2022. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Temporal, Paul. 2017. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widjayanti, Leni dan Heru Suprihadi, 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No. 11: 1-17.
- Yamit, Zulian. 2015. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Onisia.